

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, M.W.S. (2002). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Perpindahan Merek. Tesis: Universitas Diponegoro.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. New York: Open University Press.
- Ariani, Y.P. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perpindahan Merek Dengan Reference Group Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 8 (2) 189-210.
- Asmidar, Y., Zulkarnain, & Ginting, E.D.J. (2017). Pengaruh Komunikasi Dari Mulut ke Mulut dan Tipe Kepribadian Terhadap Intensi Perpindahan Merek Kosmetik. *Jurnal Pemikiran & Penelitian Psikologi*, 12 (1).
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bearden, W., O. Etzel, M., J. (2001). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*. Vol. 9.
- Cahyono, A., Hamid, D., Kusumawati, A. (2015). The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Brand Switching. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(1)
- Dante, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Databoks. (2017). Pengguna Ponsel Indonesia Mencapai 142% dari Populasi. Diunduh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/29/pengguna-ponsel-indonesia-mencapai-142-dari-populasi>
- Fradipta, I.C. (2017). *Pengaruh Iklan Internet dan Kelompok Referensi Terhadap Niat Beli Produk Smartphone Xiaomi*. Skripsi : Universitas Lampung
- Hadi, S. (2015). *Statistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hanif, M.H., Soesanto, H. (2017). Analisis Pengaruh Daya Tri Iklan dan Kelompok Acuan terhadap Perpindahan Merek pada Laptop Toshiba dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-10
- Junaidi, S., Dharmmesta, B.S. (2002). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 17 (1), 91-104

- Kominfo. (2015). Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia. Diunduh dari [https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media)
- Kusumawati, Y., Herlena, B. (2014). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Muslim. *Jurnal Psikologi Integratif*. Vol 2, No. 1
- Longenecker, J.G., Moore, C.W., Petty, J.W. (2001). *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat
- Mantasari, A.D., Intan, R., & Ika, R.S. (2013). Perilaku *Brand Switching* (Perubahan Merek) Pada Telepon Selular yang Dipengaruhi Oleh *Reference Group* (Kelompok Acuan) (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Psikologi Universitas Brawijaya* 1-17
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian, Cet 8*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Peter, J.P., Olson, J.C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New York : Mc Graw Hill Companies, Inc.
- Rahman, F.M. (2016). *Intensi Brandswitching Smartphone Ditinjau Dari Generasi X dan Generasi Y*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang
- Riyanti. (2015). Intensi Menyontek Ditinjau Dari Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. 03(02)
- Sari, D., P. Hidayat, W. Widiartanto. (2014). Pengaruh Lifestyle, Efek Komunitas dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Brand Switching Smartphone Blackberry ke Merek Lain. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 3(4)
- Schiffman, L.,G. Kanuk, L.,L. (2004). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Setyani, U. (2007). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Intensi Menyontek Pada Siswa SMA Negeri 2 Semarang*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Shah, M.A.R., Husnain, M., & Zubairshah, A. (2018). Factors Affecting Brand Switching Behavior in Telecommunication Industry of Pakistan: A Qualitative Investigation. *American Journal of Industrial and Business Management*. 8, 359-372
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta : PT Ghalia Indonesia
- Sunariani, N. N., Arisandi. T. ( 2018). Keputusan Pindah Merek Smartphone Samsung Ke Xiaomi Melalui Ketidakpuasan Konsumen, Reference Group

dan Elektronik Word of Mouth. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Undiknas Denpasar*, 3(1)

Sulistiyowati. (2005). Kamus Lengkap Bahasa Indonesia cet 1. Jakarta: Buana Raya

Uppu, V. A. R., Pujari, V.C.S.M.R., Gundala, R. R. (2016). Brand Switching Behavior in Indian Wireless Telecom Service Market. *Journal of Marketing Management*. Vol. 4, No. 2

Utami, C.W. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta : Salemba Empat

Viana,R., Wartini, S. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Sepeda Motor Merek Lain Ke Merek Honda. *Management Analysis Journal* 5 (2).

Wahyuni, S. (2016). Perkembangan Telekomunikasi. *Jurnal Informatika dan Komputer* 1(1).

Yunita, D., Rosa, A. (2016). Pengaruh Mencari Variasi, Ketidakpuasan dan Ketidak Tersedian Produk Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol 14 no 4.

